

TANGGUNG JAWAB MARKETPLACE DALAM MENJAMIN KESESUAIAN PRODUK YANG DIJUAL OLEH MERCHANT

Vionita¹, Krisnadi Nasution²

^{1,2}Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

nitav504@gmail.com¹, krisnadi@untag-sby.ac.id²

ABSTRACT; *The development of information and communication technology has driven a significant transformation in the field of trade through electronic systems, known as e-commerce. Marketplace, as a digital platform in connecting sellers and buyers. However, along with the development of online transactions, various legal issues have begun to emerge, one of which is the difference between the products received by consumers and what is advertised or displayed on the platform, there are still frequent cases where there is a discrepancy between the receipt of consumer products and the description or image displayed. This study aims to analyze the responsibility of the Marketplace in the legal context in Indonesia, as well as the relevant accounting producers when the product does not match the description or order promised. This study applies a legal approach with the method of document analysis and relevant cases in Indonesia. The research findings show that the Marketplace, which is known as a business actor based on Law No. 8 of 1999 concerning Consumer Protection, has a responsibility to provide accurate and transparent information, and ensure the quality of the products or services they offer. Then, the obligations of the Marketplace are also regulated by Law No. 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions, as well as Government Regulation No. 80 of 2019 concerning trade through electronic systems (PP PMSE). Marketplaces that do not conduct inspections or supervision of traders who offer non-conforming products can be subject to legal responsibility, both in terms of prevention and enforcement. The explanation emphasizes that to ensure product conformity, Marketplaces not only need to provide a trading system, but also an effective control mechanism to handle product problems, consumer complaints, and the return process. The existence of clear and effective regulations is essential to protect consumers.*

Keywords: *Marketplace Responsibility, Consumers, Product Conformity, E-Commerce, Consumer Protection.*

ABSTRAK; Pengembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi signifikan di bidang perdagangan melalui sistem elektronik, yang dikenal sebagai e-commerce. Marketplace, sebagai platform digital dalam menghubungkan para penjual dan pembeli. Namun, seiring dengan berkembangnya transaksi online, berbagai masalah hukum mulai muncul, salah satunya adalah perbedaan antara produk yang diterima konsumen dan apa yang diiklankan atau ditampilkan di platform, masih sering terjadi kasus dimana terdapat ketidaksesuaian penerimaan produk konsumen dengan deskripsi atau gambar yang ditampilkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tanggung jawab Marketplace dalam konteks hukum di Indonesia, serta produsen akuntansi yang relevan ketika produk tidak sesuai dengan deskripsi atau pesanan yang

dijanjikan. Studi ini menerapkan pendekatan hukum dengan metode analisis dokumen serta kasus yang relevan di Indonesia. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Marketplace yang dikenal sebagai pelaku usaha berlandaskan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, memiliki tanggung jawab untuk menyediakan informasi yang tepat dan transparan, serta memastikan kualitas produk atau jasa yang mereka tawarkan. Kemudian, kewajiban Marketplace juga diatur oleh UU No. 11 Tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang perdagangan melalui sistem elektronik (PP PMSE). Marketplace yang tidak melakukan pemeriksaan atau pengawasan terhadap pedagang yang menawarkan produk yang tidak sesuai, dapat dikenakan tanggung jawab hukum, baik dalam aspek pencegahan maupun penindakan. Dari penjelasan tersebut menekankan bahwa untuk memastikan kesesuaian produk, Marketplace tidak hanya perlu menyediakan sistem perdagangan, tetapi juga mekanisme kontrol yang efektif untuk menangani masalah produk, keluhan konsumen, serta proses pengembalian barang. Keberadaan peraturan yang jelas dan efektif sangat penting untuk melindungi konsumen.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Marketplace, Konsumen, Kesesuaian Produk, E-Commerce, Perlindungan Konsumen.

PENDAHULUAN

Di tengah pesatnya pertumbuhan cepat e-commerce, konsumen semakin bergantung pada informasi yang tersedia secara online untuk membuat keputusan pembelian. Tidak sedikit pedagang yang menyajikan informasi tentang produk yang tidak akurat atau menyesatkan, sengaja atau karena kelalaian. Ini menciptakan ketidakseimbangan dalam posisi negosiasi antara konsumen dan perusahaan digital. Marketplace, sebagai pemasok sistem dan menentukan manajemen platform, memainkan peran strategis dalam peraturan sehingga transaksi terjadi secara adil, terutama dengan memastikan bahwa produk dijual sesuai dengan informasi yang ditampilkan. Pasar tidak hanya merupakan dukungan perantara, tetapi juga untuk mengontrol konten yang ditampilkan dan mengakses data perilaku pedagang. Oleh karena itu, pasar memiliki tanggung jawab hukum, sosial dan etika untuk menjaga kepercayaan konsumen. Ketika pasar mengabaikan pengawasan produk yang disediakan oleh para pedagangnya, pasar dapat dianggap sebagai kontribusi terhadap potensi kerugian yang diderita konsumen. Pengembangan teknologi informasi dan komunikasi kini membawa perubahan besar pada berbagai bidang kehidupan, termasuk di bidang perdagangan. Suatu bentuk modernisasi dalam kegiatan pembelian dan penjualan adalah keberadaan perdagangan melalui sistem elektronik (e-commerce) yang membawa kemudahan dan efisiensi dalam

transaksi. Pasar adalah salah satu dasar dari penyelenggara e-commerce untuk menjadi perantara antara pedagang dan konsumen, serta menyediakan ruang digital untuk memasarkan pangsa pasar yang besar dari produk. Namun, serta pertumbuhan yang cepat dalam penggunaan pasar di Indonesia, berbagai masalah terkait dengan perlindungan konsumen, terutama dalam perbedaan antara produk yang ditampilkan dan produk yang diterima. Banyak kasus ditemukan ketika konsumen menerima produk yang rusak, berbeda dari deskripsi dan terlepas dari ukuran, warna, spesifikasi atau bahkan salah. Hal ini menyebabkan kerugian materi dan tidak terlihat bagi konsumen.

Selain itu, penting juga untuk mengatur penyelesaian jika transaksi tersebut mengakibatkan kerugian bagi pembeli. Untuk menghindari masalah dalam pelaksanaan perjanjian jual beli online, sebaiknya kedua belah pihak menetapkan siapa yang akan bertanggung jawab jika terjadi kerugian. Kini, belum terdapat regulasi khusus yang mengatur perjanjian jual beli online di Indonesia. Namun, secara nasional, dasar hukum untuk perjanjian jual beli diatur dalam Kitab UU Hukum Perdata (KUHPerdata). meskipun belum ada regulasi khusus, dasar hukum yang dapat digunakan masih merujuk pada perjanjian dalam KUHPerdata, khususnya pada Buku III mengenai Perikatan.

Indonesia memiliki sejumlah undang-undang dan peraturan tentang penyesuaian perlindungan konsumen dan e-commerce seperti UU No. 8 tahun 1999 Tentang Perlindungan konsumen (UUPK), UU No. 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik (UU ITE). UU No. 19 tahun 2016, serta ketentuan pemerintah No. 80 tahun 2019 terkait dengan perdagangan melalui sistem elektronik (PP PMSE).

Ketentuan-ketentuan ini berisi prinsip-prinsip dasar tanggung jawab entitas bisnis, kewajiban untuk memberikan informasi yang akurat, serta mekanisme penyelesaian perselisihan antara konsumen dan pemain perusahaan.

Tetapi pada kenyataannya, banyak pasar percaya bahwa mereka hanya bertindak sebagai perantara dan tidak bertanggung jawab atas konten produk yang dijual oleh pedagang. Bahkan, secara hukum, pasar masih termasuk dalam daftar pemain perusahaan karena menciptakan setiap transaksi yang terjadi pada platformnya. Oleh karena itu, sangat penting untuk memeriksa tanggung jawab pasar terhadap konsumen, terutama jika ada kesenjangan produk dan bagaimana menerapkan hukum dalam kenyataan. Penelitian ini sangat penting karena melindungi hak-hak konsumen di era digital, serta kejelasan posisi hukum. hukum sebagai bagian dari sistem perdagangan elektronik. Selain itu, penelitian ini akan

berkontribusi untuk memperkuat peraturan dan praktik perlindungan konsumen dalam transaksi digital yang adil, transparan dan bertanggung jawab.

Perjanjian jual beli online berbeda dengan perjanjian jual beli yang dilakukan secara tertulis, sehingga ketidakpastian ini muncul karena syarat subjektif dalam perjanjian sulit untuk dibuktikan. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya interaksi tatap muka langsung, yang membuat satu pihak tidak mengetahui identitas pihak lainnya. Ketidaktahuan ini dapat menyulitkan dalam menentukan apakah pihak lain dianggap cakap menurut hukum. Selain itu, keraguan juga dapat timbul dalam hal kesepakatan antara penjual dan pembeli, serta dalam membuktikan adanya objek perjanjian, mengingat yang terlihat para pihak hanya berupa gambar atau tulisan yang mewakili objek tersebut. Transaksi perdagangan elektronik membawa risiko yang jauh lebih besar dibanding metode konvensional yang sebelumnya.

Transaksi jual beli online, sama seperti transaksi jual beli konvensional, sebagian besar berbentuk perjanjian yang tidak tertulis, sehingga seringkali sulit untuk menentukan kapan perikatan itu terjadi. Untuk menjelaskan masalah ini, penting untuk memahami bahwa hubungan hukum yang dimaksud dalam perikatan adalah hubungan di mana satu pihak memiliki hak sementara pihak lain memiliki kewajiban.

Hubungan ini terbentuk antara penjual dan konsumen saat konsumen setuju dengan tawaran dari pedagang dan memenuhi kewajiban untuk membayar. Dengan terlaksananya kewajiban tersebut, konsumen berhak menerima barang, sedangkan pedagang bertanggung jawab untuk menyerahkan barang yang telah disepakati.

Dalam proses jual beli secara daring, pedagang dapat mempromosikan barang atau jasa secara langsung dengan menampilkan produk melalui iklan atau halaman media sosialnya, atau dengan mengunggah barang yang dijual di situs penyedia layanan e-commerce.

Sebagai bentuk dari perikatan, transaksi jual beli daring ini melibatkan pihak-pihak dan objek. Pihak-pihak dalam transaksi ini terdiri dari pedagang dan konsumen, sementara objeknya adalah barang atau hak yang bisa dimiliki.

Perjanjian jual beli adalah sejenis perjanjian timbal balik melalui pelibatan dua pihak, yakni pedagang dan konsumen, yang mengakibatkan hak dan kewajiban utama bagi keduanya. Dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang makin berkembang, kini proses jual beli tidak lagi memerlukan pertemuan fisik antara pedagang dan konsumen.

Berkat kecanggihan teknologi komputer, berbagai kendala seperti jarak, sarana, dan waktu dalam melakukan transaksi dapat diatasi dengan mudah. Jual beli merupakan aspek fundamental dalam kegiatan perdagangan yang bertujuan untuk meraih keuntungan. Sebagai bentuk transaksi yang paling dominan dalam dunia usaha, jual beli juga dianggap sebagai aktivitas penting dalam ranah bisnis secara umum. Kegiatan ini terjalin dengan interaksi sosial antara dua orang ataupun lebih, yang menciptakan komunikasi antara penjual dan pembeli.

Kini perkembangan teknologi telah mengalami kemajuan, terutama di bidang teknologi informasi. Masyarakat Indonesia memanfaatkan kemajuan ini untuk mempermudah berbagai aspek dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. Salah satu cara pemenuhan kebutuhan tersebut adalah melalui kegiatan jual beli secara online. Dalam transaksi ini, penjual dan pembeli tidak perlu bertemu secara fisik di satu lokasi tertentu, melainkan bisa berinteraksi melalui berbagai media online. Selain itu jual beli online dapat diartikan sebagai aktivitas di mana penjual dan pembeli tidak diharuskan untuk bertemu secara fisik dalam melakukan negosiasi, transaksi, serta komunikasi. Komunikasi antara keduanya dapat dilakukan melalui berbagai alat komunikasi seperti chat, telepon, dan lain sebagainya.

Keadaan ini memunculkan perdebatan hukum mengenai sejauh mana marketplace bertanggung jawab atas keaslian dan kesesuaian produk yang dijual di platform mereka. Berdasarkan banyak kasus, konsumen seringkali mengalami kerugian akibat membeli produk yang tidak sesuai. Contohnya terdapat contoh kasus wanprestasi pada marketplace di Lazada yang melakukan pembelian TV 43inc , namun saat pesanan tiba dan membuka paket pesannya berisi TV bekas . peristiwa tersebut sangat merugikan konsumen.

Kasus-kasus ini menekankan perlunya penguatan regulasi dan mekanisme pengawasan terhadap *marketplace* agar hak konsumen lebih terlindungi.

Namun, di tengah pertumbuhan yang cepat ini, muncul berbagai tantangan, terutama yang berkaitan dengan kesesuaian produk yang dijual di marketplace. Salah satu permasalahan utama adalah minimnya pengawasan marketplace terhadap produk yang dijual.

Banyak platform berfungsi sebagai penyedia layanan tanpa melakukan kontrol yang ketat terhadap keaslian dan kesesuaian produk yang ditawarkan oleh para merchant.

Hal ini membuka kesempatan bagi penjualan barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, yang tentunya merugikan konsumen. Selain itu, terdapat pula kurangnya kepastian hukum mengenai tanggung jawab marketplace. Peraturan yang ada belum secara jelas menegaskan batas tanggung jawab marketplace terhadap pada barang yang dijual oleh pihak ketiga. Dalam beberapa situasi, marketplace mengklaim sebagai perantara belaka sementara di lain waktu mereka menerapkan kebijakan jaminan produk, sehingga menciptakan ketidakpastian hukum bagi para konsumen.

Rumusan Masalah

Berlandaskan pemaparan diatas, terdapat rumusan masalah, yaitu :

Bagaimana Tanggung Jawab Marketplace terhadap konsumen akibat produk yang tidak sesuai dengan pesanan ?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan kajian hukum normatif yang berfokus pada peraturan perundang undangan yang berlaku dan literatur- literatur lainnya untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini . dan memastikan kepastian hukum , jenis penelitian ini membantu mengidentifikasi aspek hukum yang perlu diperjelas atau direvisi .Meningat penelitian hukum normatif lebih menitikberatkan pada analisis terhadap peraturan yang ada, pendekatan ini sangat relevan untuk memahami sejauh mana tanggung jawab marketplace dalam memastikan kesesuaian produk. Dengan menggunakan metode penelitian hukum normatif hasil yang diperoleh tidak hanya sekedar menjelaskan aturan yang ada, tetapi juga dapat memberikan landasan yang kokoh bagi argumentasi hukum

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum Marketplace adalah sistem atau tempat dipertemukan nya antara penjual dan pembeli untuk melaksanakan pembelian. Dalam konteks tradisional, pasar mengacu pada pasar fisik seperti pasar umum atau pusat perbelanjaan. Tetapi dalam mengembangkan teknologi informasi, istilah ini digital. Marketplace sekarang dipahami sebagai platform digital yang mengumpulkan penjual dan pembeli untuk bertransaksi online. Marketplace adalah perantara yang menyediakan infrastruktur teknis, seperti situs web atau aplikasi, sehingga proses pembelian dan penjualan dapat terlaksana efektif dan besar -besaran melalui Internet.

Dalam sistem hukum di Indonesia, marketplace diakui sebagai pelaku usaha sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Pasal 1 angka 3 UU No. 8 Tahun 1999 tentang

Perlindungan Konsumen (UUPK). Didalam nya, pelaku usaha didefinisikan sebagai: “Setiap individu atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan, yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan aktivitas dalam wilayah hukum Republik Indonesia, baik secara mandiri maupun bersama melalui perjanjian untuk menyelenggarakan kegiatan usaha di berbagai bidang ekonomi.

Marketplace masuk ke dalam kategori ini karena menjalankan kegiatan ekonomi, meraih keuntungan, serta menyediakan platform untuk perdagangan. Sebagai pelaku usaha, marketplace memiliki hubungan hukum perdata dengan para konsumen yang bertransaksi melalui platform mereka. Maka, jika kerugian dialami konsumen akibat barang yang tidak sesuai, marketplace tidak bisa begitu saja melepaskan tanggung jawab dengan alasan bahwa barang tersebut dijual oleh pihak ketiga.

Di era ekonomi digital saat ini, reputasi dan kepercayaan menjadi sangat penting. Oleh karena itu, banyak marketplace besar yang secara internal menetapkan standar pelayanan konsumen yang tinggi, meskipun secara hukum mereka hanya bertindak sebagai fasilitator.

Ketentuan mengenai hak-hak konsumen di Indonesia tertuang dalam Pasal 4 UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Di dalam UU tersebut, konsumen memiliki sejumlah hak penting, Beberapa di antaranya meliputi hak dalam menentukan pilihan terhadap barang dan jasa, Konsumen berhak menerima barang dan/atau jasa yang sebanding dengan nilai tukar, kondisi, serta jaminan yang telah ditetapkan sebelumnya, dan memiliki hak atas informasi yang tepat, terbuka, serta faktual mengenai keadaan fisik dan jaminan barang dimaksud. Dengan demikian, seluruh bentuk janji yang disampaikan oleh pelaku usaha terkait produk yang ditawarkan wajib dipenuhi sesuai ketentuan yang berlaku.

Tindakan yang melanggar hukum, seperti pengiriman produk yang tidak sesuai ataupun sebaliknya dengan deskripsi yang tertera di toko penjual, dapat berakibat pada sanksi hukum terhadap pihak penjual. Ini merupakan langkah untuk memastikan bahwasanya hak dan kewajiban pembeli dihormati dan tidak dilanggar. Dalam hal ini, pemahaman dan kepatuhan terhadap hukum serta peraturan yang berlaku sangatlah penting untuk menjaga integritas hubungan hukum dalam konteks pasar digital.

Hubungan antara para pihak saling terkait dan menghasilkan akibat hukum berupa hak dan kewajiban yang muncul saat mereka saling setuju atau mengikatkan diri untuk memberi janji-janji serta relevansi informasi dengan barang atau jasa dalam transaksi digital yang melibatkan sistem marketplace. Setelah ditinjau dari perspektif hubungan hukum yang timbul

dalam marketplace, ketidaksesuaian barang yang dijanjikan atau ketidkasesuaian barang dengan pesanan dapat mengindikasikan bahwa pelaku usaha telah lalai dalam memenuhi perjanjiannya.

Tanggung jawab hukum marketplace terhadap ketidaksesuaian produk yang dijual oleh merchant dapat berakibat pada konsekuensi perdata yang serius. Jika konsumen merasa rugi karena ketidaksesuaian produk yang diterima dengan yang tertera di platform marketplace baik dalam hal kualitas, spesifikasi, merek, maupun fungsi, mereka berhak mengajukan tuntutan ganti rugi bahwasanya pelaku usaha diwajibkan memberi kompensasi atas kerugian yang dialami oleh konsumen, termasuk dalam bentuk pengembalian uang, penggantian barang, atau bentuk kompensasi lainnya. Meskipun merchant adalah pihak yang terlibat langsung dalam jual beli, marketplace masih bisa dijadikan sebagai pihak yang dapat dituntut karena terlibat dalam tindakan melawan hukum, terutama jika terbukti bahwa mereka lalai dalam menjalankan kewajiban pengawasan terhadap aktivitas di platform mereka.

Mengacu pada Pasal 48 ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik atau marketplace diwajibkan untuk menyediakan informasi yang lengkap dan akurat mengenai syarat kontrak, produsen, serta produk yang ditawarkan.

Proses jual beli online di marketplace mempunyai perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan transaksi pribadi. Dalam transaksi pribadi, baik pihak pembeli maupun penjual tidak memperoleh jaminan, serta seluruh aspek transaksi diatur secara mandiri sejak awal hingga selesai. Keunggulan dari penggunaan marketplace terletak pada adanya layanan rekening bersama tanpa biaya tambahan, di mana mekanisme pembayaran dilakukan secara tidak langsung kepada penjual.

Marketplace memiliki kewajiban hukum untuk melindungi konsumen yang mencakup berbagai aspek, seperti memberikan informasi yang jelas, menjamin keakuratan deskripsi produk, menyediakan sistem pengaduan, dan mengatur mekanisme pengembalian dana atau barang jika terjadi pelanggaran.

Untuk memastikan hak konsumen atas produk yang sesuai dengan informasi dan pesanan, terdapat sejumlah peraturan perundang-undangan yang mengatur tanggung jawab marketplace. Salah satunya adalah UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Bentuk Tanggung Jawab Hukum Marketplace

Tanggung jawab hukum yang dimiliki oleh marketplace dapat terdiri dari beberapa aspek, yaitu:

1. **Tanggung Jawab Perdata:** Ini muncul ketika kerugian dialami konsumen diakibatkan ketidaksesuaian produk dengan deskripsi yang diberikan. Marketplace dapat diminta pertanggungjawaban secara hukum jika terbukti lalai dalam pengawasan atau membiarkan merchant melakukan pelanggaran secara berulang tanpa mengambil tindakan yang diperlukan.
2. **Tanggung Jawab Administratif:** Marketplace juga dapat dikenakan sanksi administratif oleh pemerintah, yang dapat berupa teguran tertulis, pembatasan akses sistem, hingga pencabutan izin usaha, jika terbukti melanggar ketentuan yang diatur dalam UU Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) atau Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem Elektronik (PP PMSE).
3. **Tanggung Jawab Moral dan Kontraktual:** Dalam praktiknya, marketplace membangun kepercayaan konsumen melalui syarat dan ketentuan layanan yang mereka tetapkan. Jika ketentuan tersebut menjanjikan perlindungan terhadap produk yang tidak sesuai, maka secara kontraktual, marketplace terikat untuk memenuhi janji tersebut.

Kesesuaian barang merujuk pada situasi di mana produk yang diterima konsumen sesuai dengan penjelasan, detail, kualitas, atau manfaat yang dijanjikan oleh penjual saat transaksi berlangsung. Hal ini sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen, karena adanya ketidaksesuaian produk dapat merugikan konsumen, baik secara material maupun non-material.

Tanggung jawab hukum dari marketplace tidak hanya berasal dari hubungan pribadi antara pelaku bisnis dan pembeli, tetapi juga didukung oleh kebijakan yang dikeluarkan oleh pihak berwenang. Negara berfungsi sebagai pelindung konsumen dengan beberapa regulasi yang mengatur dan mengikat interaksi dalam perdagangan daring.

Marketplace yang berkualitas harus mampu memastikan bahwa produk yang dipasarkan oleh para penjual di platform-nya sesuai dengan apa yang dijanjikan kepada pembeli. Hal ini sangat penting karena tingkat kepercayaan pembeli terhadap marketplace sangat bergantung pada keakuratan dan integritas informasi produk yang disediakan. Jika marketplace

mengabaikan hal tersebut, maka hal itu dapat langsung mempengaruhi reputasi, kesetiaan pelanggan, bahkan kemungkinan tuntutan hukum. Dari sudut pandang keadilan, tanggung jawab bersama antara merchant dan marketplace menciptakan keseimbangan dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Konsumen, yang berada dalam posisi lebih lemah dalam transaksi digital, harus mendapatkan perlindungan hukum yang memadai, dan tanggung jawab bersama antara merchant dan marketplace menjadi langkah hukum untuk menghindari risiko moral dari kedua belah pihak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Sebagai penyelenggara perdagangan melalui platform elektronik mempunyai tanggung jawab hukum guna memastikan bahwasanya produk yang dijual oleh merchant sesuai dengan apa yang ditawarkan atau diperlihatkan kepada konsumen.

Kewajiban ini tidak hanya muncul dari hubungan hukum antara merchant dan konsumen, tetapi juga dari peraturan perundang-undangan yang berlaku, khususnya UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen serta Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Dalam hal ini, marketplace dianggap sebagai pelaku usaha yang berperan dalam memfasilitasi transaksi, sehingga tidak bisa sepenuhnya menghindari tanggung jawab jika terjadi ketidakcocokan produk.

Marketplace mempunyai kewajiban untuk memberikan informasi yang akurat, melakukan pengawasan terhadap merchant, dan menyediakan sistem penyelesaian sengketa yang adil. Jika marketplace gagal dalam menjalankan kewajibannya ini, mereka dapat diminta untuk bertanggung jawab secara hukum, baik melalui wanprestasi maupun tindakan yang melanggar hukum. Tanggung jawab ini akan semakin berat jika marketplace aktif dalam kegiatan promosi, menjamin kualitas, atau mengelola toko resmi.

Dengan demikian, tanggung jawab hukum marketplace bukan hanya sekadar memenuhi aturan, tetapi juga merupakan bentuk perlindungan bagi konsumen, pencegahan praktik curang, serta penegakan prinsip keadilan dalam transaksi digital.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi risiko mempengaruhi kepuasan konsumen melalui aspek kepercayaan dalam platform e-marketplace. Hasil yang ditemukan menunjukkan bahwa persepsi risiko memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen melalui kepercayaan dalam e-marketplace

Saran

Marketplace mampu memberi aturan mengenai penggunaan gambar yang tepat dalam transaksi online agar dapat mengurangi kemungkinan terjadinya masalah terkait ketidaksesuaian barang dengan gambar di kemudian hari. Penjual di marketplace perlu mendapatkan pendidikan tentang jual beli secara online serta cara menyelesaikan keluhan konsumen dari pihak marketplace dengan cara yang jelas, sehingga dapat tercipta lingkungan jual beli online yang sehat.

Marketplace seharusnya menetapkan peraturan internal yang ketat dan mengikat untuk setiap penjual yang terdaftar, terutama mengenai kesesuaian antara produk yang dikirim dan deskripsi yang ada di platform. Aturan ini sebaiknya dituangkan dalam bentuk kontrak digital atau perjanjian kerjasama yang wajib disetujui oleh semua penjual. Dalam perjanjian tersebut harus diatur bahwa jika produk yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan dari segi jenis, ukuran, warna, atau spesifikasi lainnya maka penjual harus bertanggung jawab untuk mengganti produk atau mengembalikan uang secara penuh

DAFTAR PUSTAKA

Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Perimayoga, M. Andhika dkk. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Menerima Barang Tidak Sesuai Pesanan Dalam Transaksi Jual Beli Online.” *Diponegoro Law Journal* 8, no. 3 (2019).

Payuk, R. R., Sondakh, J., & Mamangkey, R. M. “Tinjauan Yuridis Terhadap Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Mendapatkan Produk Tidak Sesuai Kesepakatan Dengan Pelaku Usaha Dalam Transaksi E-Commerce.” *Lex Privatum* 11, no. 5 (2023).

Satwikha Gama, K. L., & I Ketut W. “Tanggungjawabpelaku Usaha Terhadap Maraknya Penjualan Produk Palsu Melalui Platforme-Commerce.” *Kertha Semaya: Journal Ilmu Hukum* 10, no. 6 (2022): 1242–53.

Oktavian, Rizky. “Peran Marketplace dalam Menjamin Kesesuaian Produk dan Perlindungan Konsumen.” *Jurnal Ilmu Hukum Digital* 3, no. 1 (2021): 89–105.

Saudira, Rania Aisyah. “Pertanggungjawaban Hukum Penyedia Platform Terhadap Barang Yang Melanggar Merek Dalam Perdagangan Online Marketplace (Studi Kasus : Penyelenggara Perdagangan Online Dan Isu Pemalsuan Produk).” *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research* 4, no. 2 (2024): 5195–5210.

Syafruddin Kalo, M. Hamdan, Dedi Harianto. “Tindak Pidana Penipuan Terkait Dengan Iklan Penjualan Barang Yang Merugikan Konsumen.” *USU Law Journal* Vol. 4 No., no. 2 (2016): 100.

Djamaludin, Samsul, and Fokky Fuad. “Pertanggungjawaban Hukum Marketplace Di Indonesia Terkait Pelanggaran Hak Cipta : Tantangan , Regulasi , Dan Upaya Pencegahan Dalam Era E-Commerce.” *Unnes Law Review* 6, no. 3 (2024): 7980–92.

SAPUTRA, HENDRA ADI. “Peran Marketplace Dalam Memberikan Perlindungan Terhadap Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen.” *Ganec Swara* 17, no. 4 (2023): 2200. <https://doi.org/10.35327/gara.v17i4.688>.

Fitriani, Dwi. “Tanggung Jawab Marketplace dalam Transaksi Elektronik Menurut Hukum Positif Indonesia.” *Jurnal RechtsVinding* 9, no. 3 (2020): 321–337.

Hertanto, Ari Wahyudi. “Pencantuman Batasan Tanggung Jawab Pemilik/Pengelola Situs Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online dan Dampaknya Bagi Konsumen.” *Jurnal Hukum dan Pembangunan* 45, no. 1 (2015).